



ÉLELMISZER-VÁLASZTÁST BEFOLYÁSOLÓ TÉNYEZŐK



NEMZETI
AGRÁRGAZDASÁGI
KAMARA

Élelmiszeripari kézikönyv 3.

ÉLELMISZER-VÁLASZTÁST BEFOLYÁSOLÓ TÉNYEZŐK

2019

Tartalom

1. Az élelmiszer-választást befolyásoló tényezők.....	5
2. A felmérés	9
2.1 A felmérés háttere	9
2.2 A felmérésben résztvevők és az elemzési alcsoportok bemutatása	10
3. Az élelmiszer-választásra ható tényezők	17
3.1. Tudatosság	19
3.2. Pszichés tényezők.....	22
3.3. Gazdasági tényezők.....	24
3.4. Szociális tényezők.....	26
3.5. Környezettudatosság.....	28
3.6. Média.....	30
3.7. A felmérés eredményeinek összegzése	32

Tisztelt Olvasó!

Ön a Nemzeti Agrárgazdasági Kamara Élelmiszeripari kézikönyv sorozatának élelmiszer-választást befolyásoló tényezők jelentőségével foglalkozó kiadványát tartja a kezében.

Az élelmiszer-választás mindennapi tevékenységünk, amely a folyamatosan szélesedő termékpalettának köszönhetően egyre nagyobb kihívás elé állítja még a tudatosságra törekvő fogyasztókat is. Az élelmiszerek versenyképessége megőrzésének, illetve egy új termék piaci pozicionálásának a kulcsa a célcsoport ismerete. Milyen elvek és szokások mentén hozzák meg döntéseiket, hogyan lehet őket termék-választásukban befolyásolni? Ezen kérdések megválaszolásához próbál kiadványunk segítséget nyújtani.

A Kamara Élelmiszeripari Igazgatósága 2016 és 2018 között tizenhét országgal együtt egy portugál koordináció alatt működő projekt keretében mérte fel az élelmiszer-választást befolyásoló tényezők hatásának mértékét. A munka keretében 2017-ben egy hazai reprezentatív kérdőíves megkérdezést végeztünk, melynek eredményeit a jelen kötet fejezeti részletezik.

Remélem, hogy munkája során hasznát veszi kiadványunknak.



Györfly Balázs

elnök

Nemzeti Agrárgazdasági Kamara



1. Az élelmiszer-választást befolyásoló tényezők

A kiegyensúlyozott táplálkozás az egészség fenntartásának egyik alappillére. Azonban megalapozása és fenntartása korántsem egyszerű. A fogyasztók élelmiszerválasztási döntéseiket számos tényező mérlegelését követően hozzák meg. A folyamatot befolyásoló tényezőket többféle szempontrendszer alapján lehet csoportosítani. Az egyik megközelítés alapján exogén (marketingkörnyezet) és endogén (a fogyasztó saját jellemzői) csoportokba sorolhatjuk azokat. Az exogén tényezők közé a termék, az ár, a csatorna, a promóció és a makrokörnyezet elemei tartoznak, míg az endogén tényezők esetében a fogyasztók kulturális, gazdasági, társadalmi, demográfiai, biológiai és lélektani jellemzői említhetők [1, 2].

A háztartások jövedelmük jelentős hányadát élelmiszerek vásárlására költik – Magyarországon a háztartások fogyasztási kiadásainak 27,7 százalékát fordították élelmiszerre és alkoholmentes italokra 2018-ban, így a **gazdasági körülmények** komoly befolyással bírnak[3] a vásárlási szokásokra. Az élelmiszer-keresletet főként a rendelkezésre álló jövedelem mértéke és az ár befolyásolja.

A fogyasztók vásárlási döntéseire jelentős hatást gyakorolnak a **szociológiai tényezők**. Ezen belül kiemelt jelentősége van a csoporthatásnak (amelynek tagja, vagy része szeretne lenni az egyes fogyasztó). A család, mint kollektív döntéshozó és gazdálkodó közösség, egy speciális csoportként értelmezhető, amely egy életen keresztül hatást gyakorol az egyén táplálkozási kultúrájára. Egy másik kört képeznek az úgynevezett véleményvezetők, akik hasonló nézettel rendelkező csoportokon belül meghatározó szerepet töltenek be a vélemények alakulásában és az információáramlásban.

A fogyasztók **pszichológiai jellemzői** határozzák meg azt, hogy bizonyos élelmiszereket elutasítanak vagy elfogadnak. Az elfogadás és az elutasítás jelentkezhethet a termék érzékszervi tulajdonságain (például az íz, a szín, az illat, az állag), az élelmiszerekhez köthető szimbólumokon (például márkajelek, védjegyek), illetve a várható következmények megítélésén keresztül. A lélektani tényezők közé tartozik az egyén személyisége, a cselekvést aktivizáló tényezők (az emóció, a motiváció, és az attitűd), illetve a kognitív tényezők, mint az észlelés, a tanulás és a gondolkodás.

A fentiek mellett az élelmiszervásárlási döntéseket jelentősen befolyásolja a fogyasztók értékrendje, életstílusa és a rájuk ható aktuális trendek.

1. AZ ÉLELMISZER-VÁLASZTÁST BEFOLYÁSOLÓ TÉNYEZŐK



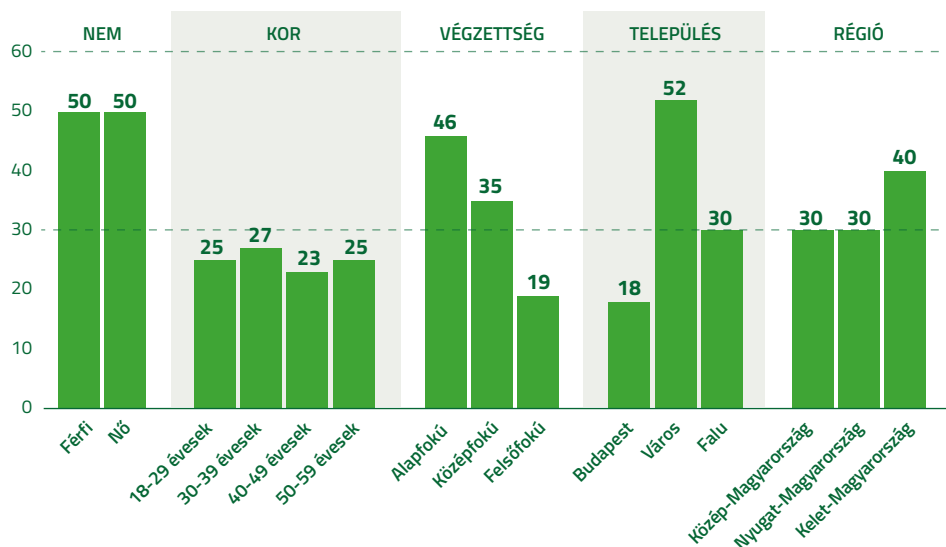


2. A felmérés

2.1. A felmérés háttere

Az ételmiszer-választást befolyásoló tényezők hatását számos tanulmány vizsgálta különböző speciális kérdőívek (skálák) segítségével. Annak érdekében, hogy a kutatási célhoz leginkább illeszkedő kérdőívet alakítsuk ki, előzetesen számos munkát áttekintettünk. A kialakított kérdőív a nemzetközi partnerek által véleményezésre, majd a portugál koordinátor által validálásra került. A közösen véglegesített kérdőívet minden résztvevő ország nyelvére történő lefordítás után, lakosai körében töltette ki [4, 5]. A kérdőívben adott válaszok önbevalláson alapulnak, az adatgyűjtés során pontos méréseket (pl. magasság, testsúly) nem végeztünk.

A hazai vásárlási döntések hátterének megismerése céljából nem, kor, végzettség, lakhelytípus és régió jellemzők alapján reprezentatív megkérdezést készítettünk a 18 és 59 éves hazai lakosság körében (1. ábra). Az NRC NetPanel segítségével többszörösen rétegzett, véletlen mintavétellel 2017 októberében 500 fő részvételével online kérdőíves felmérést végeztünk.

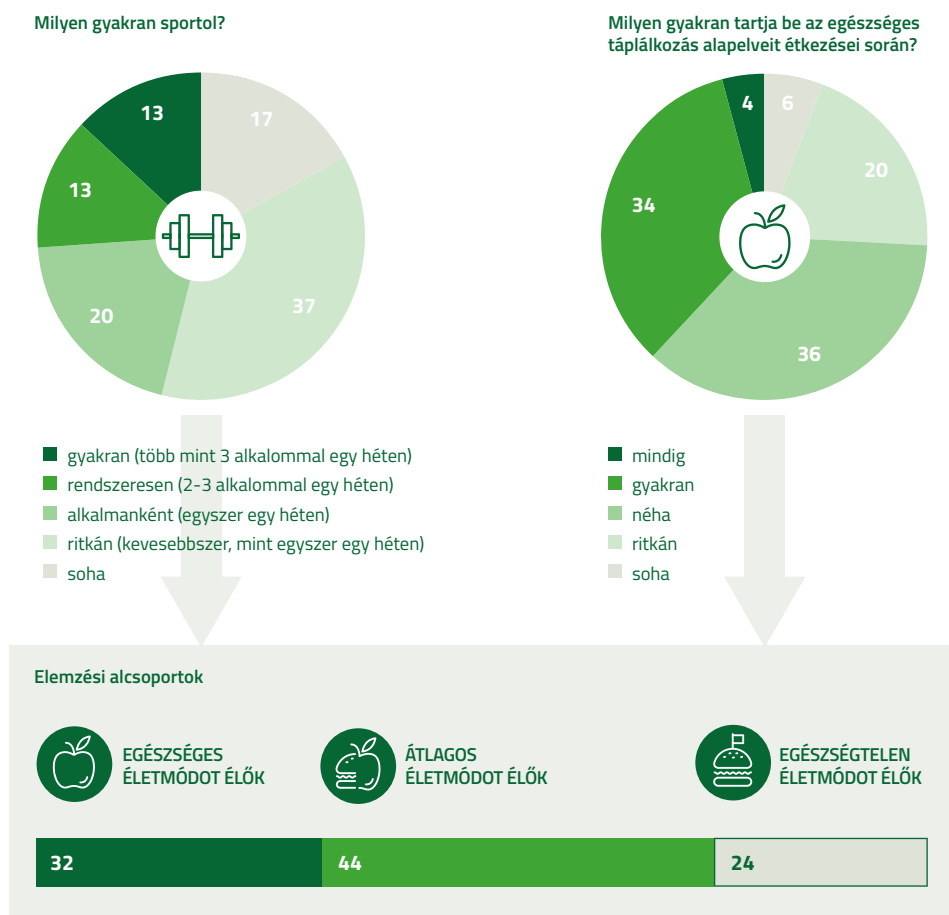


1. ábra A kutatásban résztvevők szocio-demográfiai megoszlása (%)

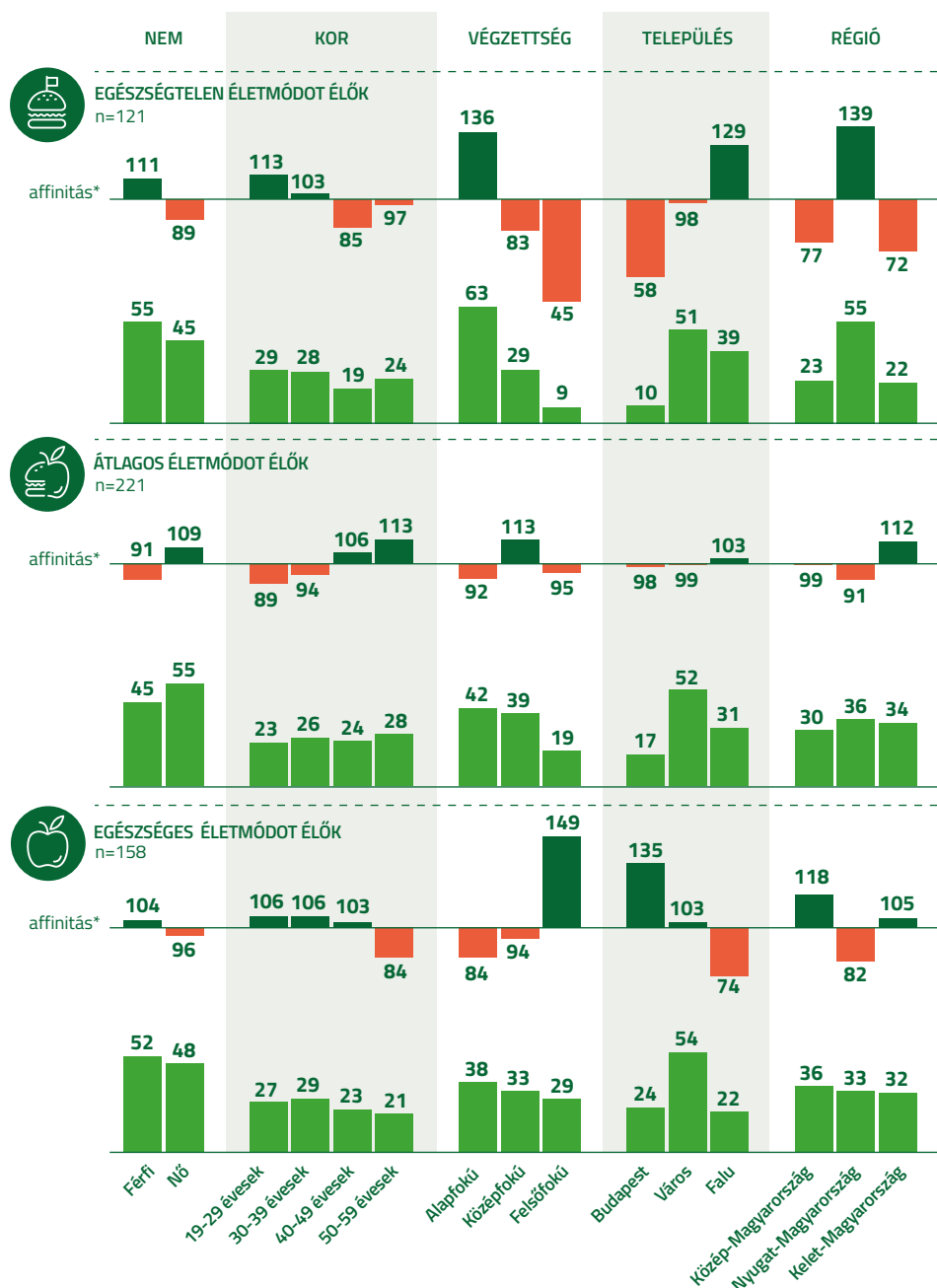
2. A FELMÉRÉS

2.2. A felmérésben résztvevők és az elemzési alcsoportok bemutatása

Két kérdés segítségével szerettünk volna egy általános képet kapni arról, hogy a válaszadók mennyire élnek fizikailag aktív életet és mennyire követik az egészséges táplálkozás alapelveit. Saját bevallásuk alapján minden negyedik megkérdezett gyakran vagy rendszeresen sportol, és a válaszadók több mint fele csak ritkán, vagy soha. A kiegyensúlyozott és egészséges táplálkozás irányelveihez a célcsoport 38 százaléka igyekszik alkalmazkodni. A további elemzések céljából a mozgás gyakoriságára és a táplálkozás minőségére adott válaszok alapján három alcsoport került kialakításra: egészséges életmódot élők (32%); átlagos életmódot élők (44%) és egészségtelen életmódot élők (24%) (2. ábra).



2. ábra Az elemzési alcsoportok kialakítása és mintán belüli megoszlása (%)



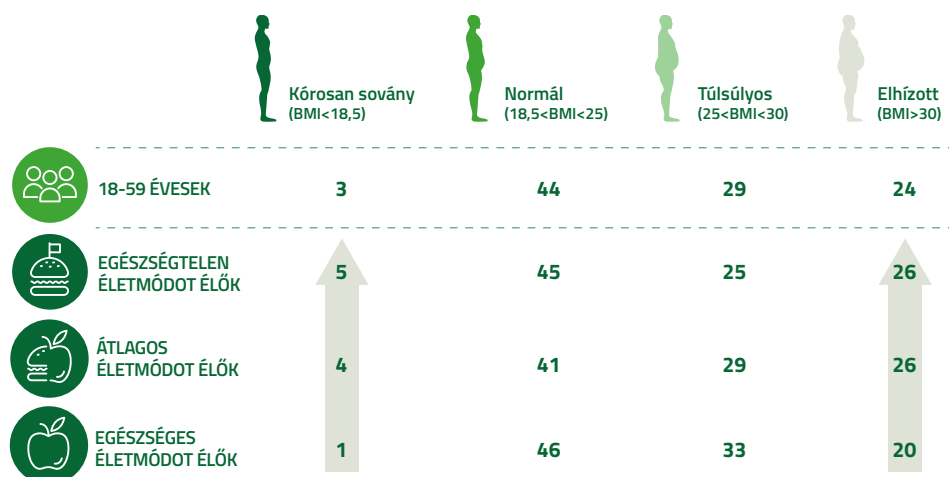
*Az affinitási index a 18-59 éves lakosság demográfiai összetételétől való eltérést mutatja

3. ábra Az elemzési alcsoportok szocio-demográfiai tényezők szerinti jellemzése (%)

2. A FELMÉRÉS

Az elemzési alcsoportok további vizsgálata alapján elmondható, hogy egészségtelen életmódot leginkább a 30 év alattiak, a férfiak, az alapfokú végzettségűek, valamint a falvakban élők folytatnak. Az egészséges életmód elsősorban a felsőfokú végzettségűekre és a budapestiekre jellemző (3. ábra).

Habár a mintában az önbevalláson alapuló válaszok alapján egészségtelen életmódot élők aránya csak 24%, a testsúly és magasságadatok alapján számított testtömeg-index (Body Mass Index, BMI) szerint a 18-59 éves lakosság több mint fele túlsúlyos (29%) vagy elhízott (24%). A 4. ábrán látható, hogy az egészséges, vagy átlagos életmódot élő kategória esetén sem alakulnak jobban az arányok: az ide tartozó válaszadók 33 és 29 százaléka túlsúlyos és 20, illetve 26 százaléka elhízott a BMI index alapján.



4. ábra A kutatási minta és az elemzési alcsoportok testtömeg-index szerinti jellemzése (%)

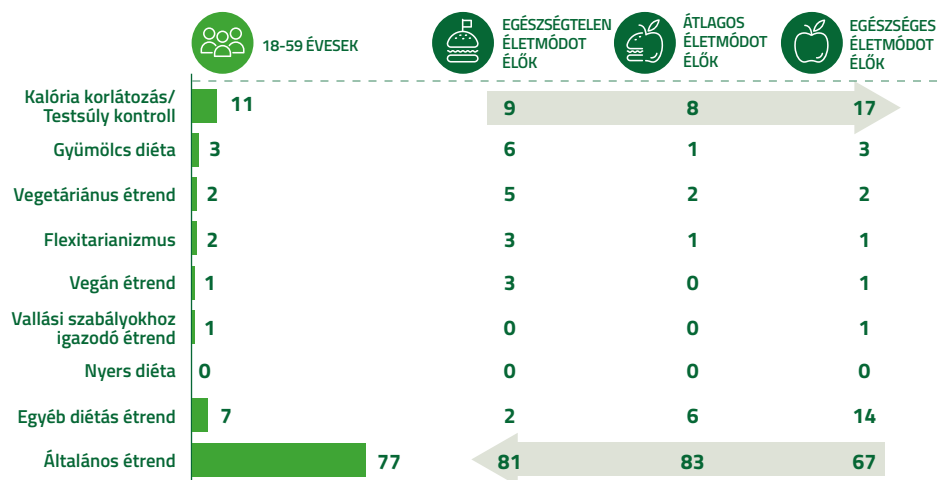
A hazai felnőtt lakosság egészséges táplálkozással kapcsolatos tájékozódásának leggyakoribb forrása az internet (91 százalék), illetve a család és barátok (83 százalék) melyek nem feltétlenül a leghitelesebb információforrások a témában. Az egészséges életmódot élők minden platformot magasabb arányban használnak ismeretszerzés céljából, mint az egészségtelen életmódot élők, melyből látszik a magukat tudatos fogyasztóknak valló fogyasztók jelentősebb információkeresési hajlandósága (5. ábra).



5. ábra A leggyakrabban használt információforrások az elemzési alcsoportokon és a teljes mintán belül (%)

2. A FELMÉRÉS

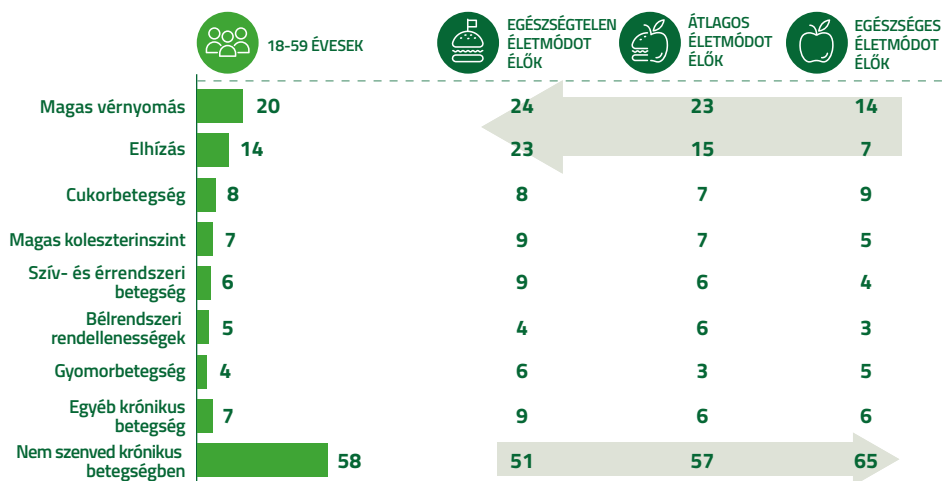
A megkérdezettek közel 80 százaléka nem folytat semmilyen diétát. Akik mégis, azok elsősorban a kalória korlátozás módszerében hisznek. A diétázók az egészséges életmódot élők csoportjában vannak a legnagyobb arányban. Körükben is a kalóriakorlátozás a legnépszerűbb (6. ábra).



6. ábra A leggyakrabban folytatott diéták az elemzési alcsoportokon és a teljes mintán belül (%)

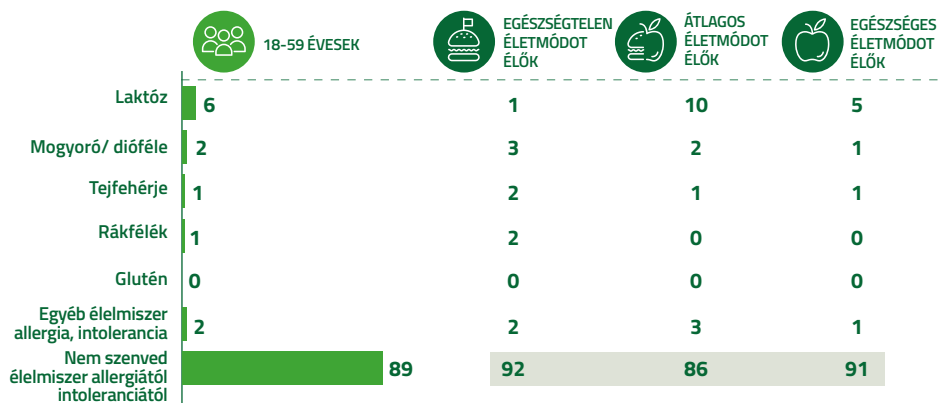
A válaszadók bevallása szerint tízből négyen szenvednek valamilyen krónikus betegségben. Bár a legnagyobb arányban a magas vérnyomást (20%) és az elhízást (14%) említették, fontos észrevenni, hogy az önbevalláson alapuló testtömeg és testsúly alapján számított BMI tekintetében a válaszadók 24 százaléka elhízott, viszont csupán 14 százalék van tisztában azzal, hogy számára ez valós problémát jelent. Az egészséges életmódot élők körében kevésbé gyakoriak a krónikus betegségek (7. ábra).





7. ábra A leggyakrabban előforduló krónikus betegségek az elemzési alcsoportokon és a teljes mintán belül (%)

A megkérdezettek 11 százaléka állította, hogy valamilyen élelmiszer érzékenységtől (allergia vagy intolerancia) szenved. Az ételallergiával és -intoleranciával rendelkező fogyasztók arányáról kevés pontos adat áll rendelkezésre, viszont a jelenleg ismert adatokhoz viszonyítva a jelen felmérés alacsonyabb értékeket eredményezett. A legtöbben a laktózingtoleranciát említették (6%), bár egyes mérések szerint ez az érték a magyar lakosságon belül jóval magasabb is lehet. Annak ellenére, hogy a felmérésbe nem került gluténérzékenységgel rendelkező válaszadó, egyes felmérések szerint a lakosság kb. 0,5-1 százalékát érinti [6, 7].

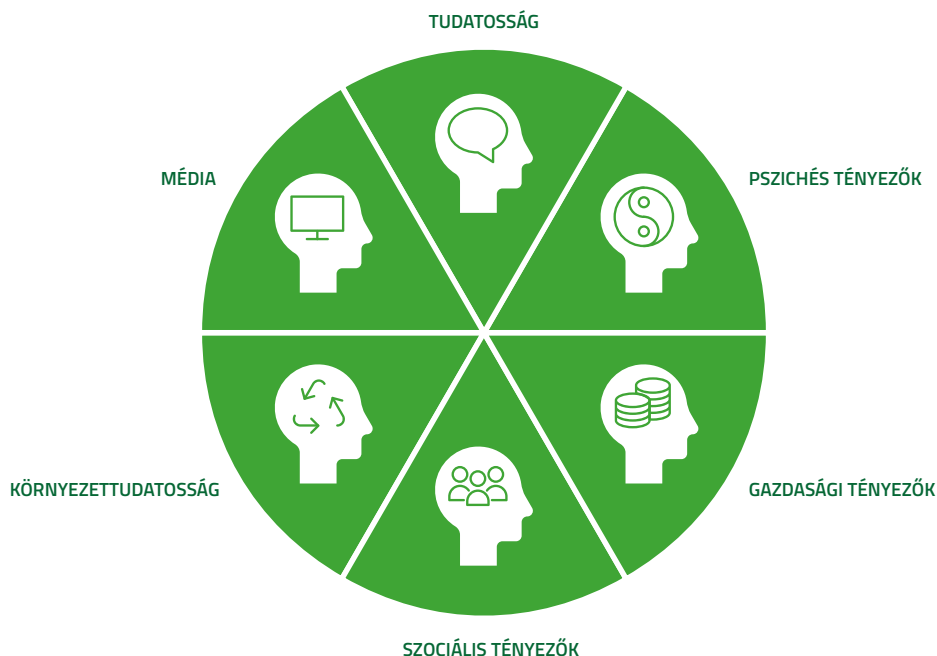


8. ábra A leggyakrabban előforduló élelmiszer érzékenység az elemzési alcsoportokon és a teljes mintán belül (%)



3. Az élelmiszer-választásra ható tényezők

A 21. században a táplálkozás és az élelmiszerek kiválasztása már nem pusztán csak biológiai szükségleteink kiegészítéséről szól, hanem egy komplex folyamat eredménye. A kutatásban attitűdállításokkal vizsgáltuk az élelmiszerek kiválasztásának folyamatát, melyeket hat fő tényező köré csoportosítottunk. A különböző tényezők mellé egy indexszámot is rendeltünk, hogy kiderüljön, melyik van nagyobb hatással (determináltság) a hazai lakosság táplálkozására.





3.1. Tudatosság

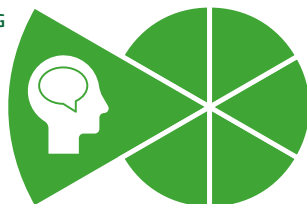
Ebbe az attitűdrendszerbe olyan állítások tartoznak, amelyek azt mutatják, hogy a lakosság tagjainak táplálkozását mennyire határozzák meg különböző ismeretek, táplálkozással kapcsolatos hitek.

Tipikus attitűdállítások:

„Az egészséges étrend a kalóriaszámoláson alapszik.”

„Soha nem kellene zsíros ételeket fogyasztanunk.”

TUDATOSSÁG



Az egészségtudatos emberekre inkább jellemző, hogy különböző táplálkozással kapcsolatos ismeretek, hitek alapján szervezik meg étkezésüket. Az egészségtudatosság szempontjából átlagosnak tekinthető alcsoport tagjaira is inkább a tudatosság jellemző, természetesen kevésbé, mint az elkötelezettek (9. ábra).



9. ábra Az elemzési alcsoportok determináltsága a tudatosság mentén (%)



3. AZ ÉLELMISZER-VÁLASZTÁSRA HATÓ TÉNYEZŐK

Részletesebben vizsgálva az állításokra adott válaszokat, a válaszadók leginkább azokkal a kijelentésekkel értettek egyet, melyek szerint az egészséges táplálkozás alapját a zöldségek és a gyümölcsök jelentik (85%), valamint hogy az egészséges étrend feltétele a változatosság és a kiegyensúlyozott táplálékbevitel (76%). Ennek ellenére a válaszadók mindössze 39 százaléka vélekedett úgy, hogy általában egészséges és kiegyensúlyozott étrendet követ.

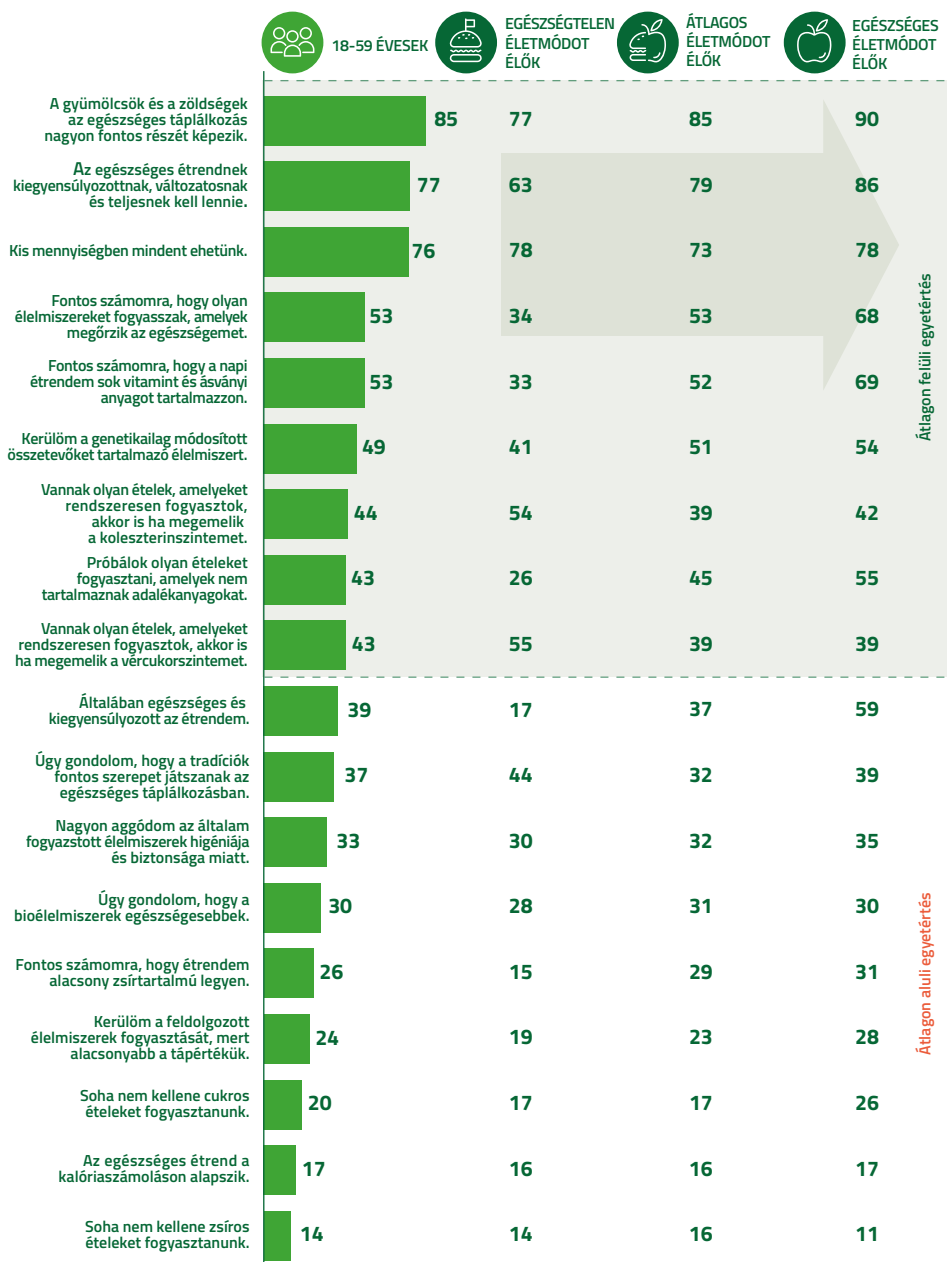
Az egészséges életmódot követő csoportnál valamivel jobban alakulnak az arányok e téren, mint a másik kettőnél, de a vélekedések és a táplálkozási gyakorlat között még körökben is eltérés mutatkozik. 90 százalékuk ért egyet a zöldség-gyümölcs alapú étrend fontosságával, 86 százalékuk a kiegyensúlyozott és változatos étrend egészségességével, de csak 59 százalékuk nyilatkozott úgy, hogy az egészséges és kiegyensúlyozott étrendet követi.

Az egészségtelen életmódot folytatók táplálkozása kevésbé épül fel „elvek, vagy ismeretek mentén”. Ezt mutatja az is, hogy ők például gyakrabban fogyasztanak annak ellenére is bizonyos ételeket, hogy tudják, az megemeli a koleszterin- vagy vércukorszintjüket.

Pozitív hozzáállásként értékelhető, hogy bizonyos ételek teljes kizárásának szükségességében kevesen hisznek (pl. „Soha nem kellene cukros ételeket fogyasztanunk”, „Soha nem kellene zsíros ételeket fogyasztanunk”) (10. ábra).



3. AZ ÉLELMISZER-VÁLASZTÁSRA HATÓ TÉNYEZŐK



10. ábra A tudatossággal kapcsolatos attitűdállításokkal való egyetértés mértéke az elemzési alcsoportokon és a teljes mintán belül (%)

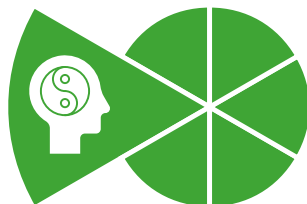
3.2. Pszichés tényezők

Ebbe az attitűdrendszerbe olyan állítások tartoznak, amelyek azt mutatják, hogy a lakosság tagjainak táplálkozását mennyire határozzák meg a különböző pszichés tényezők.

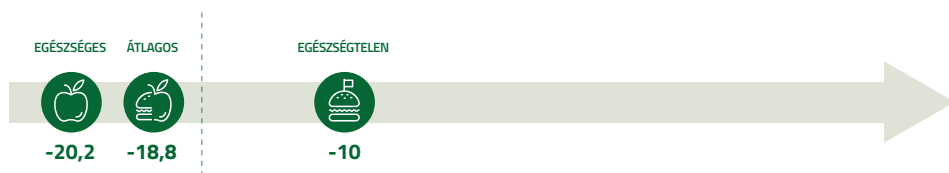
Tipikus attitűdállítás:

*„Amikor magányosnak érzem magam,
evéssel vigasztalódom.”
„Amikor lehangolt vagyok, több édességet
kívánok.”*

PSZICHÉS
TÉNYEZŐK



A vizsgált alcsoportok mindegyikére igaz, hogy a pszichés tényezők kevésbé határozzák meg azt, hogy milyen ételleket, italokat választanak (determináltságok negatív előjelet kaptak). Az egészségtelenebb életmódot folytatókra azonban valamelyest jellemzőbb a hangulat által vezérelt étkezés (11. ábra).

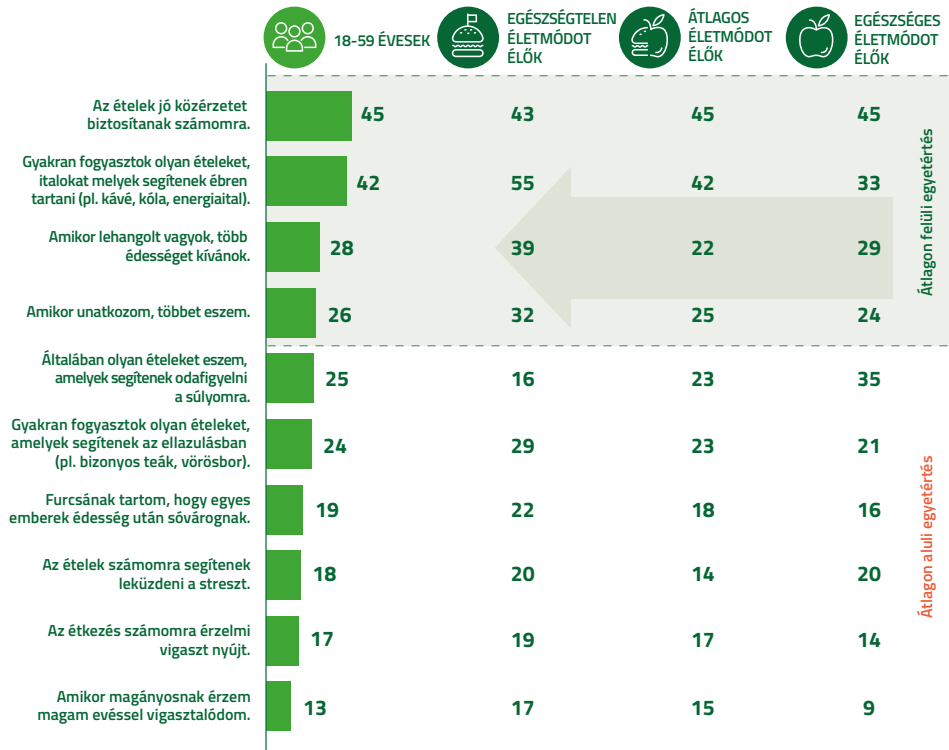


11. ábra Az elemzési alcsoportok determináltsága a pszichés tényezők mentén (%)

Az egészséges életmódot élőkre inkább jellemző, hogy odafigyelnek súlyukra, illetve arra, hogy az éppen aktuális érzelmi állapotuk ne befolyásolja táplálkozási döntéseiket. Az egészségtelen életmódot folytató fogyasztók hangulatingadozásai viszont jelentősebben befolyásolják táplálkozásukat, például lehangoltság esetén jellemzőbb, hogy édességért, vagy éberség fenntartására koffein tartalmú italokért nyúlnak (12. ábra).



3. AZ ÉLELMISZER-VÁLASZTÁSRA HATÓ TÉNYEZŐK



12. ábra A pszichés tényezővel kapcsolatos attitűdállításokkal való egyetértés mértéke az elemzési alcsoportokon és a teljes mintán belül (%)



3.3. Gazdasági tényezők

Ebbe az attitűdrendszerbe olyan állítások tartoznak, amelyek azt mutatják, hogy a lakosság tagjainak táplálkozását mennyire határozzák meg a különböző gazdasági tényezők.

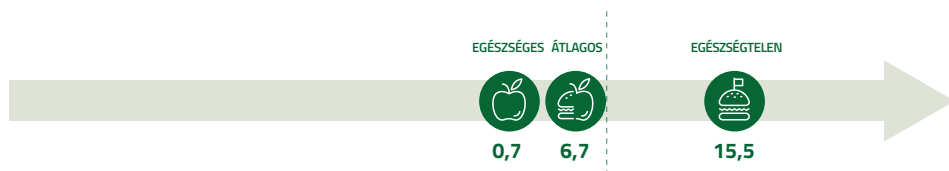
Tipikus attitűdállítás:

„Élelmiszer-választásnál a fő szempont számomra az alacsony ár.”
„Általában akciós élelmiszereket vásárolok.”

GAZDASÁGI
TÉNYEZŐK



A hazai lakosság körében egyértelmű kapcsolat rajzolódik ki az életmód minősége, valamint a gazdasági tényezők között. Az egészségtelenebbek körében magasabb az alacsony státuszúak aránya, így ők érzékenyebbek a gazdasági hatásokra (13. ábra).

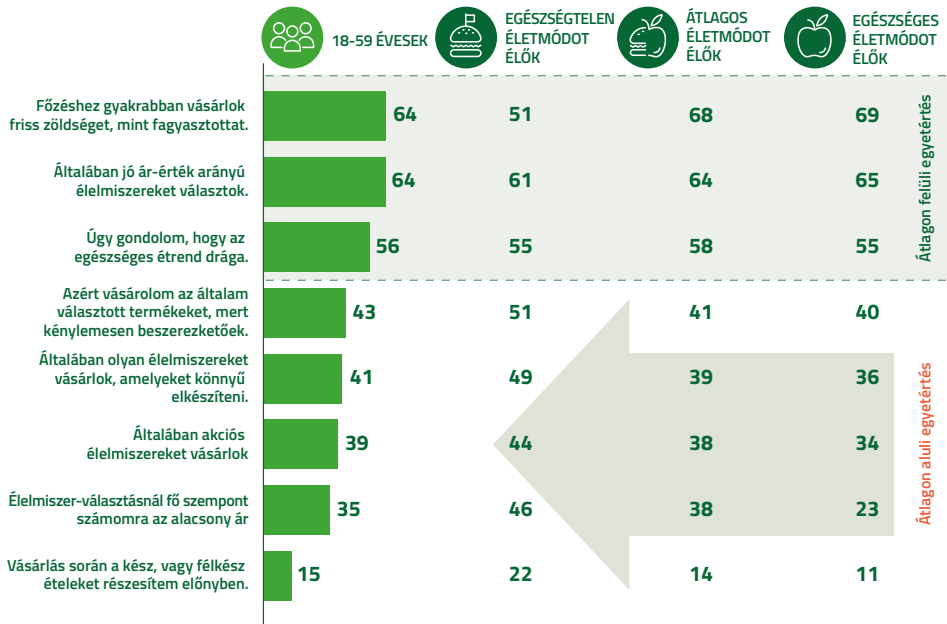


13. ábra Az elemzési alcsoportok determináltsága a gazdasági tényezők mentén (%)

Az egészségtelen csoportra sokkal jellemzőbb, hogy az élelmiszer kiválasztásának legfőbb jellemzője annak ára, kényelme, könnyű elkészíthetősége, kényelmes beszerezhetősége. Mindemellett ezen fogyasztók a legérzékenyebbek az akciókra. Ezzel szemben az egészségtudatosan élők jóval nagyobb arányban vásárolnak friss zöldségeket, mint kevésbé fitt társaik. Azonban mindhárom csoport egyetértett azzal az állítással, hogy az egészséges étrend drága (14. ábra).



3. AZ ÉLELMISZER-VÁLASZTÁSRA HATÓ TÉNYEZŐK



14. ábra A gazdasági tényezővel kapcsolatos attitűdállításokkal való egyetértés mértéke az elemzési alcsoportokon és a teljes mintán belül (%)



3.4. Szociális tényezők

Ebbe az attitűdrendszerbe olyan állítások tartoznak, amelyek azt mutatják, hogy a lakosság tagjainak táplálkozását mennyire határozzák meg a különböző szociális tényezők.

Tipikus attitűdállítás:

„Amikor társaságban vagyok, többet eszem, mint általában.”
„Az étkezés a közösségi élet és az örömszerzés ideje.”

SZOCIÁLIS
TÉNYEZŐK



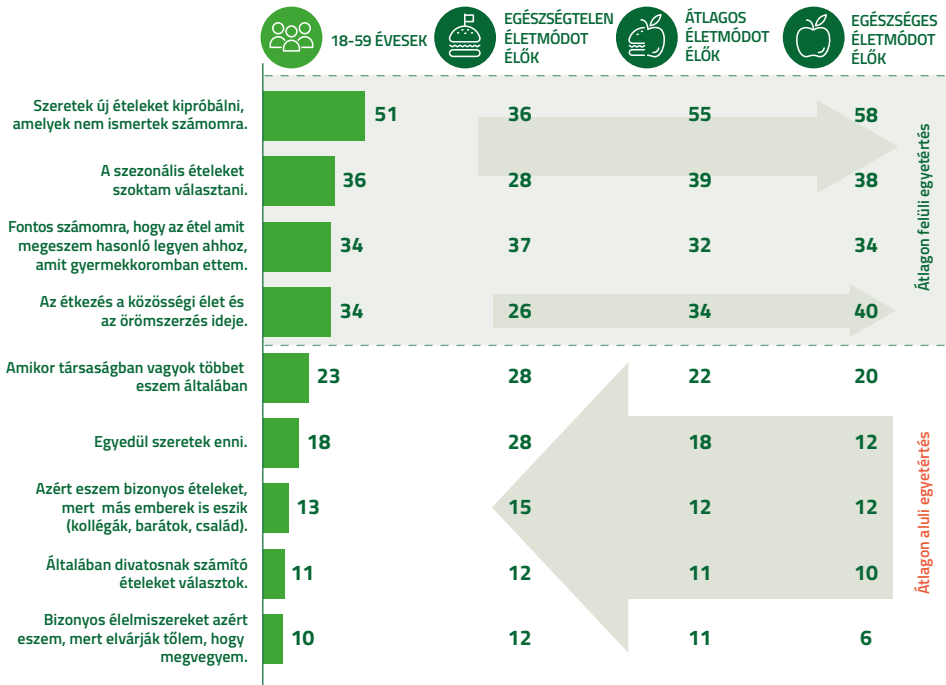
A szociális tényezők determináltságának negatív előjele jelzi, hogy azok gyenge hatást gyakorolnak a hazai fogyasztók vásárlási döntéseire. Mindemellett az alcsoportok között a szociális tényezők mentén található a legkisebb eltérés (15. ábra).



15. ábra Az elemzési alcsoportok determináltsága a szociális tényezők mentén

Azonban, ha az egyes állításokat külön-külön vizsgáljuk, érdekes különbségeket találhatunk az eltérő életmódúak között. Míg az egészségtudatosoknak a társaságban étkezés inkább örömet nyújt, addig az egészségtelen életmódot folytatóknak a közösségi élmény az átlagosnál nagyobb mennyiségű táplálékbevitelt jelent. Talán ennek hatására ez a csoport sokkal jobban szeret egyedül enni. A társadalmi elvárások is e csoportot nyomják leginkább, emiatt bizonyos élelmiszereket csak azért fogyasztanak, mert azt a környezet elvárja tőlük. A legnagyobb egyetértés az újdonságokra való nyitottsággal kapcsolatban volt – ez leginkább az egészséges, vagy átlagos életmódot élőkre jellemző (16. ábra).

3. AZ ÉLELMISZER-VÁLASZTÁSRA HATÓ TÉNYEZŐK



16. ábra A szociális tényezővel kapcsolatos attitűdállítással való egyetértés mértéke az elemzési alcsoportokon és a teljes mintán belül (%)



3.5. Környezettudatosság

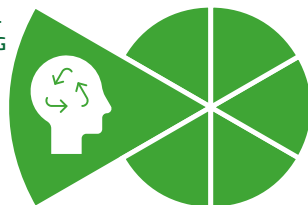
Ebbe az attitűdrendszerbe olyan állítások tartoznak, amelyek azt mutatják, hogy a lakosság tagjainak táplálkozását mennyire határozza meg a környezetükre való odafigyelés.

Tipikus attitűdállítás:

„Vásárlásnál azokat az élelmiszereket részesítem előnyben, amelyekhez minimális csomagolást használnak.”

„Főzés során odafigyelek a mennyiségre, hogy elkerüljem az élelmiszerpazarlást.”

KÖRNYEZET-
TUDATOSSÁG



Az egészségtelen életmódot folytatók nem csak magukra nem, de a környezetre sem fordítanak kellő figyelmet, ha a táplálkozásról van szó. Ugyanakkor érdekes eredmény, hogy az átlagos életvitelt élő fogyasztók az egészségtudatos társaikkal szemben valamivel nagyobb figyelmet fordítanak környezetükre (17. ábra).



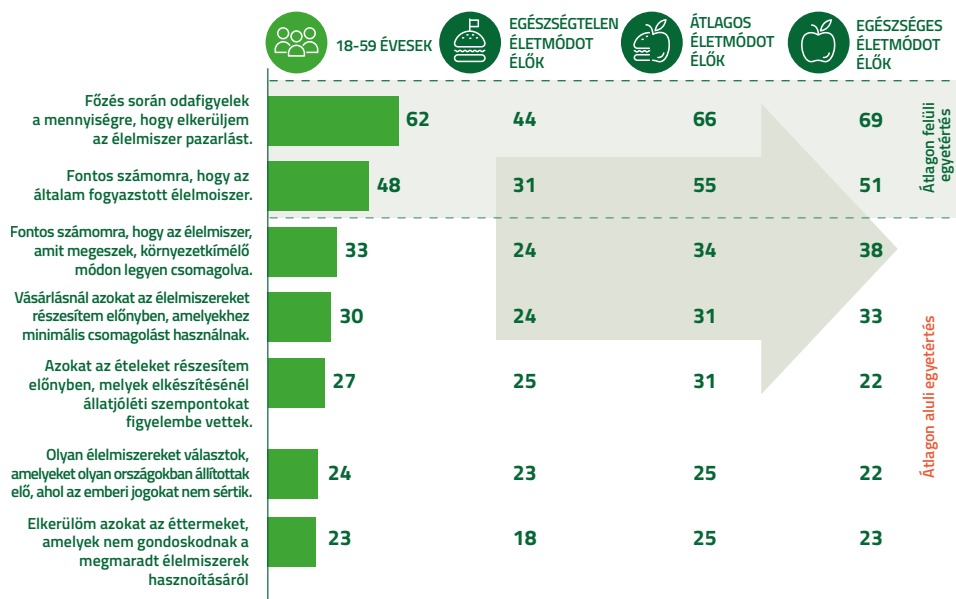
17. ábra Az elemzési alcsoportok determináltsága a környezettudatosság mentén

A környezettudatosságra vonatkozó állítások közül csupán kettővel értettek egyet a megkérdezettek. Az élelmiszer-pazarlás elkerülése honfitársaink 62, míg a termékek hazai eredete 48 százalékuk számára fontos szempont – bár ez utóbbi tényező nem csak a környezetvédelmi szempontok miatt lehet fontos a fogyasztók számára.

A környezettudatossághoz kapcsolódó kérdések között található két etikai szempontokat vizsgáló kérdés is: az állatjóléti szempontok, valamint az emberi jogok figyelembe vétele. Mindkét állításra igaz, hogy bár Nyugat-Európában egyre inkább erősödő trendről van szó [8], addig Magyarországon egyelőre ez kevésbé érdekli a fogyasztókat. Érdekes, hogy az e téren érzékenyebb válaszadók szintén nem az egészségtudatos csoportból kerülnek ki, hanem az átlagos életmódot élők csoportjából.

Összességében elmondható, hogy a környezettudatos szemlélet a hazai lakosság vásárlási döntéseit kevésbé befolyásolja (18. ábra).

3. AZ ÉLELMISZER-VÁLASZTÁSRA HATÓ TÉNYEZŐK



18. ábra A környezettudatosság tényezővel kapcsolatos attitűdállításokkal való egyetértés mértéke az elemzési alcsoportokon és a teljes mintán belül (%)



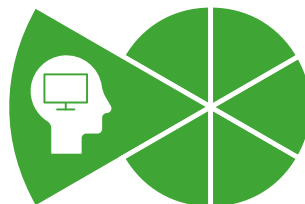
3.6. Média

Ebbe az attitűdrendszerbe olyan állítások tartoznak, amelyek azt mutatják, hogy a lakosság tagjainak táplálkozását mennyire befolyásolja a média.

Tipikus attitűdállítás:

MÉDIA

*„Vásárlás során inkább elolvasom a termék címkét, mint hogy a reklámoknak higgyek.”
„Élelmiszervásárláskor nem érdekelnek a bolti marketingkampányok.”*



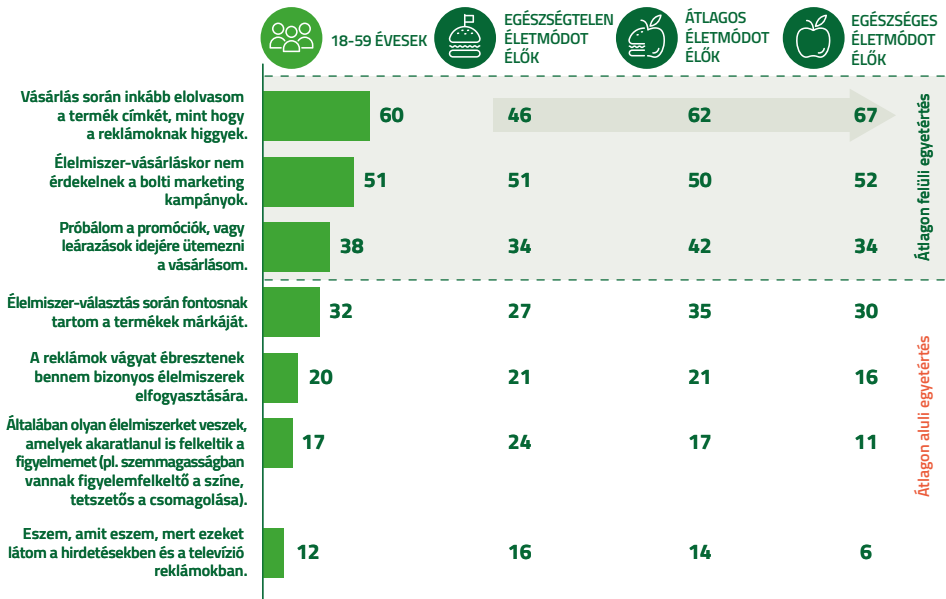
A média, illetve a reklámok hatása sokszor nem tudatosul az emberekben. Ez ebben a kutatásban is megmutatkozik, hiszen a válaszok alapján a média és a reklámok azok a tényezők, melyek legkevésbé hatnak a lakosság táplálkozási szokásaira, és a lehetséges válaszok értékeléséből látszik, hogy a megkérdezettek elutasítóak a reklámok befolyásoló hatásával szemben (19. ábra).



19. ábra Az elemzési alcsoportok determináltsága a média tényező mentén (%)

Természetesen itt is láthatóak különbségek. Az egészségtudatos életmódot folytatók sokkal kevésbé „engedik”, hogy a reklámok befolyásolják tudatos életüket. Helyette hitelesebbnek vélik a termékek címkeinformációit (20. ábra).

3. AZ ÉLELMISZER-VÁLASZTÁSRA HATÓ TÉNYEZŐK



20. ábra A média tényezővel kapcsolatos attitűdállítással való egyetértés mértéke az elemzési alcsoportokon és a teljes mintán belül (%)



3.7. A felmérés eredményeinek összegzése

Napjaink rohanó világában kiemelten fontos, hogy az emberek egészségük megőrzése érdekében tudatosságot vigyenek az életükbe. E tudatosság két alapköve a rendszeres testmozgás, valamint a táplálékok helyes megválasztása. Nem mindegy azonban, hogy a fogyasztók helyesen ítélik-e meg a saját életmódjuk minőségét.

A felmérés szerint a testmozgás és a kiegyensúlyozott táplálkozás kevésbé része életünknek. A válaszadókat megkérdeztük arról, hogy milyen gyakran sportolnak és mennyire követik az egészséges táplálkozás irányelveit. A hazai felnőtt lakosság döntő többsége ritkán, vagy soha nem végez testmozgást, és 26 százalékuk vallja, hogy rendszeresen, vagy gyakran – heti két alkalommal, vagy annál többször – mozgatja meg magát.

A kiegyensúlyozott táplálkozás kapcsán jobbnak ítélték meg a saját gyakorlatukat a válaszadók, ugyanis a megkérdezetteknek csak a negyede nyilatkozott úgy, hogy soha, vagy csak ritkán számít neki, hogy az egészséges étrendnek megfelelő étel kerüljön a tányéjára.

Az egészséges táplálkozásra vonatkozó állítások alapján kiderült, hogy a hazai lakosság a zöldség- és gyümölcsstartalmú étrendet azonosítja leginkább az egészséggel, valamint a változatos és kiegyensúlyozott táplálkozást gondolják az egészséges étrendnek megfelelőnek. Ez a vélekedés egybeesik a Magyar Dietetikusok Országos Szövetsége által kidolgozott Okostányér® ajánlással [9]. **Azonban a saját táplálkozási gyakorlatukra vonatkoztatva már kevésbé érezték jellemzőnek, hogy teljesülnek az egészséges étrend alapelvei.**

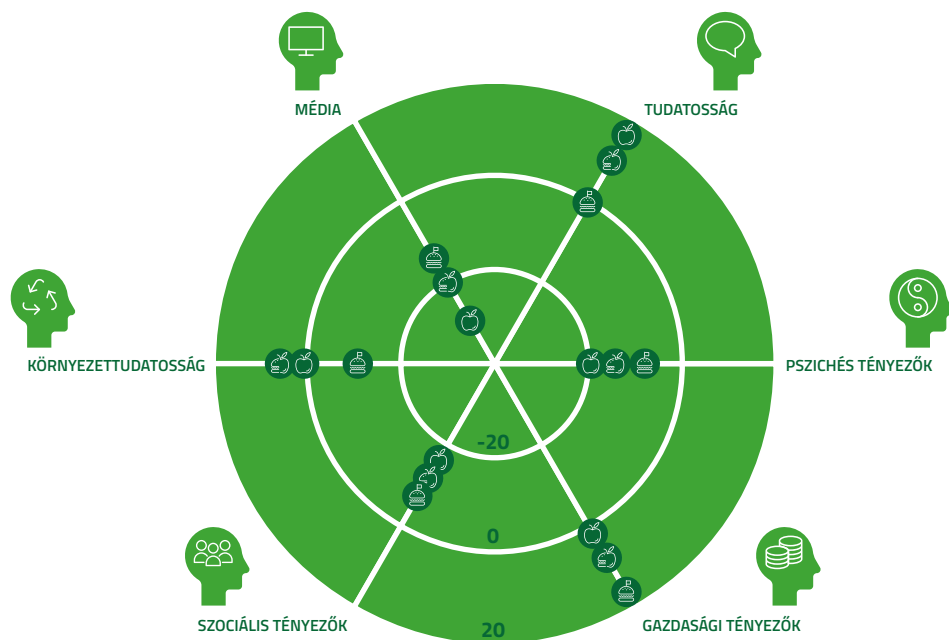
A megadott testsúlyból és magasságból kalkulált testtömeg-index alapján a válaszadók 53 százaléka a túlsúlyos (29%) vagy elhízott (24%) kategóriába tartozik, míg plusz kilóit valós egészségügyi problémának alig 14 százalékuk véli, ami azt mutatja, hogy **a magyar fogyasztók nem mérik fel jól, túlságosan optimistán ítélik meg az életmódjuk egészségükre gyakorolt hatását.**

A testmozgás és az egészséges táplálkozás önbevalláson alapuló gyakoriságai alapján létrehoztunk egy háromosztatú változót, mely megmutatja, hogy a két tényező alapján az adott egyén mennyire él egészséges életmódot. Ezek alapján azt lehet mondani, hogy a magyarok negyede úgy ítéli meg, hogy egészségtelen életmódot, 44 százaléká átlagos életmódot, míg 32 százaléká egészséges életmódot él. Egészségtelenül elsősorban a 30 év alattiak, a férfiak, az alapfokú végzettségűek, valamint a vidéki életmódot folytatók élnek. **Az egészséges életmód egyértelműen a magasabb státuszú emberekre jellemző; körökben felülreprezentáltak a felsőfokú végzettségűek és a fővárosban élők.**

A 18-59 évesek 42 százaléka szenved valamilyen krónikus betegség tünetétől. A magas vérnyomás és az elhízás a leggyakoribb egészségügyi probléma, amelyet a cukorbetegség és a magas koleszterinszint követ. Az egészségtelen életmódot élők körében 50 százalékos arányban fordul elő valamilyen krónikus betegség, míg ez az arány „csak” 35 százalék az egészségtudatosak esetében.

Az általánostól eltérő étrendeket önkéntesen kevesen követnek. A legnépszerűbb a kalóriakorlátozáson és a testsúly kontrolon alapuló diéta, amelyet minden tizedik honfitársunk próbál követni. A vizsgált alcsoportok között az étrend tekintetében is különbségek figyelhetők meg. Az egészségtelenek 19 százaléka, míg a tudatosabbak 33 százaléka folytat valamilyen diétát. Ételallergiáról a megkérdezettek 11 százaléka számolt be. A leggyakoribb allergén összetevő hazánkban a laktóz.

A felmérés kérdései hat témakör mentén vizsgálták a fogyasztók ételmisszerválasztási döntéseire ható tényezőket. Az állításokkal való egyetértés mértéke alapján a **hazai lakosság ételmisszervásárlási döntését legjelentősebben a táplálkozással kapcsolatos hitek és tudatosság mértéke, valamint a gazdasági tényezők befolyásolják (21. ábra).**



21. ábra Az elemzési alcsoportok determináltsága a vizsgált tényezők mentén

3. AZ ÉLELMISZER-VÁLASZTÁSRA HATÓ TÉNYEZŐK

A felmérés eredményei alapján látható, hogy a jó ár-érték arányú termékek preferálásában viszonylag egyetértenek az alcsoportok, azonban a válaszadók több mint fele véli úgy, hogy az egészséges életmód drága. Összességében viszont elmondható, hogy az egészségtelen életmódot folytatók gyakrabban vásárolnak akciós termékeket, és árérzékenyebbek, ha az ételek kiválasztására kerül sor, valamint a kényelmi szempontok is az ő esetükben befolyásolják erősebben a döntéseket.

A **környezettudatosság** szempontjainak jelentősége a tudatos vásárlók körében egyre inkább terjedőben van, azonban az ilyen jellegű tudatos gondolkodás a hazai lakosság döntéseit egyelőre gyengén befolyásolja. Érdekes megfigyelni, hogy a válaszadók közül kevésbé az egészséges életmódot követőkre, mint inkább az átlagos életvitelt folytatókra jellemző, hogy odafigyelnek az élelmiszer-pazarlás, vagy a nem környezetbarát csomagolások elkerülésére.



Az állatjóléti szempontok, valamint az emberi jogok figyelembevétele Nyugat-Európában egyre erősödő trendként jelenik meg [8]. Magyarországon egyelőre ez kevésbé izgatja a fogyasztókat. Érdekes, hogy az e téren érzékenyebb válaszadók szintén nem az egészségtudatos csoportból kerültek ki, hanem az átlagos életmódot élők csoportjából.

A táplálkozásnak is megvan a közösségi jellege, azonban a **szociális hatások** kevésbé determinálják azt. A különböző életmódot élők számára mást jelent a közösségi jelleg. Az egészségtelenül élők mértéktelenebbé válnak, míg az egészségtudatosak inkább örömforrásként tekintenek a közös étkezésekre.

A **pszichés tényezők**, valamint a **média hatása** kevésbé tudatosul a fogyasztókban, azonban az alcsoportokon belül érdekes eltérések fedezhetőek fel. A pszichés tényezők esetében például az egészségtelen életmódot élők saját bevallásuk szerint gyakrabban fogyasztanak édességet, ha lehagoltak és gyakrabban fogyasztanak koffeintartalmú italokat, amikor fáradtak. A média is inkább erre a csoportra hat. A címkeinformációk olvasását inkább az átlagos, vagy egészséges életmódot élők részesítik előnyben a reklámokkal szemben.

Összességében elmondható, hogy az önbevalláson alapuló táplálkozás és sportolás gyakorisága alapján kialakított életmód csoportok (egészségtelen, átlagos, egészséges) között egyértelmű különbségek mutathatók ki a táplálkozást befolyásoló tényezőkkel kapcsolatos attitűd mentén. Azon kérdések mentén viszont, amelyekből az egészségesebb életvitel gyakorlatban való megvalósulása tükröződik, a csoportok között határozottan kisebb különbség azonosítható. Így a fogyasztók edukálása (pl. olcsó is lehet egészséges) mellett, érdemes olyan ösztönző eszközök alkalmazása is, amely a vásárlás helyén (pl. termékkihelyezés, kóstoltatás), vagy közvetlenül a terméken elhelyezett könnyen érthető információ (pl. környezetbarát csomagolás), üzenet (pl. Ennek a terméknek a megvásárlásával 3 fa életét mentetted meg!) alkalmazásával segíti a vásárlót a cselekvésben, azaz a termékválasztásban mindezt a jelölési rendlettel (1169/2011/EU rendelet) [10] összhangban, a fogyasztó megtévesztése nélkül.

Emellett a szakpolitika részéről elengedhetetlen az élelmiszeripari innovációt ösztönző és a megnövekedett kihívásoknak való megfelelést támogató környezet biztosítása, hogy egyre több olyan hazai termék jelenjen meg a boltok polcain, amely környezetkímélő, egészséges táplálkozást támogató, ugyanakkor elérhető árú, és könnyen elkészíthető választást jelenthet a minél szélesebb fogyasztói réteg számára.

A helyes táplálkozás azonban csak az egyik pillére az egészséges életmódnak – a megfelelő gyakoriságú testmozgás szükségességének tudatosítása nélkülözhetetlen az elhízás megelőzése és az egészség hosszú távú megőrzése érdekében.

Felhasznált irodalom

- [1] Kárpáti L., Lehota J. (2007): Agrármarketing. Debreceni Egyetem Agrár- és Műszaki Tudományok Centruma, Debrecen.
- [2] Lehota, J. (2004): Az élelmiszerfogyasztói magatartás hazai és nemzetközi trendjei. *Élelmiszer Táplálkozás Marketing*, 1 (1-2), pp. 7-13.
- [3] KSH (2018): Háztartások fogyasztása 2018 I. félév. *Statistikai tükör*, 2018. november 8.
- [4] Ferrão A. C., Guiné R.P.F., Correia P., Ferreira M., Duarte J., Lima, J. (2018): Development of a Questionnaire to Assess People's Food Choices Determinants. *Current Nutrition & Food Science*, 14, pp. 1-15
- [5] Ferrão A.C., Guiné R.P.F., Correia P., Ferreira M., Cardoso A. P., Duarte J., Lima J. (2018): Perceptions towards a healthy diet among a sample of university people in Portugal. *Nutrition & Food Science*, 48(4), pp. 669–688.
- [6] EFSA (2014): Scientific Opinion on the evaluation of allergenic foods and food ingredients for labelling purposes. *EFSA Journal*, 12(11):3894.
- [7] EFSA (2010): Scientific Opinion on lactose thresholds in lactose intolerance and galactosaemia. *EFSA Journal*, 8(9):1777.
- [8] EFSA (2019): Special Eurobarometer. Food safety in the EU. European Commission.
- [9] MDOSZ (2017): OKOSTÁNYÉR®.
<https://mdosz.hu/uj-taplalkozasi-ajanlasok-okos-tanyer/>
- [10] Az Európai Parlament és a Tanács 1169/2011/EU rendelete a fogyasztók élelmiszerekkel kapcsolatos tájékoztatásáról, az 1924/2006/EK és az 1925/2006/EK európai parlamenti és tanácsi rendelet módosításáról és a 87/250/EGK bizottsági irányelv, a 90/496/EGK tanácsi irányelv, az 1999/10/EK bizottsági irányelv, a 2000/13/EK európai parlamenti és tanácsi irányelv, a 2002/67/EK és a 2008/5/EK bizottsági irányelv és a 608/2004/EK bizottsági rendelet hatályon kívül helyezéséről Az *Európai Unió Hivatalos Lapja*, L 304, 2011. november 22.





Köszönetnyilvánítás

A munkát a CI&DETS Research Centre (IPV - Viseu, Portugal) PROJ/CI&DETS/2014/0001 nemzetközi project keretében végeztük. Köszönjük az NRC Marketingkutató és Tanácsadó Kft. kutatás során végzett munkáját.

Felelős kiadó: Győrffy Balázs elnök, Nemzeti Agrárgazdasági Kamara
Felelős szerkesztő: Dr. Szűcs Viktória
Szerző: Dr. Szűcs Viktória, Nemzeti Agrárgazdasági Kamara
Dr. Hámori Judit, Nemzeti Agrárgazdasági Kamara
Raquel P. F. Guiné, CI&DETS/Escola Superior Agrária do
Instituto Politécnico de Viseu
Kreatív vezető: Nagy-Tószegi Bálint
Grafikai tervező, tördelő: Kezes Zsófia Réka
Kiadja: © Nemzeti Agrárgazdasági Kamara – minden jog fenntartva
Kiadás: 2019. évi első kiadás



NEMZETI
AGRÁRGAZDASÁGI
KAMARA

1115 Budapest, Bartók Béla út 105-113.

Telefon: +36 80 900 365

ugyfelszolgalat@nak.hu

www.nak.hu



SZÉCHENYI 2020



MAGYARORSZÁG
KORMÁNYA

Európai Unió
Európai Mezőgazdasági
Vidékfejlesztési Alap



A VIDÉKI TÉRSÉGEKBE BERUHÁZÓ EURÓPA

Az EMVA támogatások végrehajtására kijelölt hatóság
az Agrárminisztérium Vidékfejlesztési Program Irányító Hatósága.